

Home » Analize » Coordonatele generale ale afacerii

Coordonatele generale ale afacerii

Articol de **Anda Racsa, Trainer si Consultant, ABC Training Consulting** | 29 Martie 2007



comenteaza recomanda print

Managementul strategic stabileste directia, obiectivele si strategiile generale ale firmei pe termen mediu (1-3 ani) si lung (peste 3 ani). *Managementul operational* identifica modalitatile de realizare a acestor obiective pe termen scurt (1 an).

Indiferent de perioada la care vrem sa facem referire, pentru dezvoltarea controlabila a afacerii trebuie sa avem in vedere *coordonatele comerciale, organizarea si conducerea firmei, alocarea resurselor si asigurarea finantelor.*

ARTICOLE SIMILARE

Scadere de 56,7% a pietei auto in primele 8 luni
Doar 6% dintre romani vor sa-si ia masina in urmatoarele 6 luni
Deficitul comercial s-a diminuat cu 8,3 mld. euro
Somajul din zona euro, la nivelul maxim din ultimii 10 ani
Criza a dus piata berii in jos cu 10%
Piata auto a scazut cu 56,1% in primele 7 luni
Vanzari mai mici cu 40% la electronice si electrocasnice
Orasenii Romaniei se intorc, treptat, in mediul rural
Deficitul comercial a scazut cu 6,85 mld. euro in primele 6 luni
Romanii se tem de somaj si neachitarea datoriiilor

COORDONATELE GENERALE ALE AFACERII		
Coordonate de natura comerciala	Coordonate privind managementul firmei	Coordonate privind finantele afacerii
Produs si serviciu	Structura organizatorica	Nevoii de finantare
Nevoii de consum	Echipele manageriale	Surse de finantare
Preturile	Ir si calificarea angajatilor	Echilibrul financiar
Clietii	Metode de management	
Concurenta	Sistemul informational	Profitabilitate
Elemente de diferentiere	Sistemul decizional	Disponibilitati banesti
Formator		
Preturi si tarife	Stabilirea obiectivelor	
Promovare	Alegerea strategiilor	
Distributie	Alocarea resurselor	
Vanzare	Controlul activitatilor	
	Evaluarea rezultatelor	

Din punct de vedere al dezvoltarii afacerii pe termen lung, se va pune un accent deosebit pe *stabilirea* de obiective si strategii care vizeaza:

- diversificarea sau specializarea produselor;
- profilul clientului si adaptarea produselor si serviciilor la nevoile de consum identificate;
- stabilirea strategiei de promovare a firmei si a produselor pe piata tinta;
- consolidarea pozitiei pe piata existenta sau patrunderea pe noi pietee;
- extinderea retelei proprii sau inchirierea unor canale de distributie;
- implementarea unui sistem de management performant al firmei;
- stabilirea unui program multi-anual de investitii materiale (terenuri, cladiri, echipamente), de investitii in forta de munca (angajari, pregatire profesionala) si investitii in promovarea imaginii firmei (reclama si publicitate);
- elaborarea unor estimari multi-anzuale privind nevoile si sursele de finantare care trebuie sa asigure echilibrul si profitabilitatea afacerii.

Managementul operational identifica modalitatile concrete de realizare a obiectivelor afacerii pe termen scurt (1 an) si urmareste derularea eficienta a activitatilor firmei. Managementul operational trebuie sa asigure toate resursele materiale, umane si financiare necesare realizarii obiectivelor la termenele stabilite.

Din acest punct de vedere, se acorda prioritate urmatoarelor elemente:

- practicarea unor metode moderne de management (prin obiective, prin bugete), dezvoltarea sistemului informational pentru fundamentarea deciziilor curente;
- adaptarea structurii organizatorice si a personalului angajat la dimensiunea si specificul afacerii;
- stabilirea cifrei de afaceri anuale si a structurii vanzarilor pe grupe de produse, piete si categorii de clienti;
- corelarea politicilor comerciale de preturi si discount-uri, de acordare a creditelor – client;
- derularea activitatilor de aprovizionare, stocare si distributie a produselor;
- asigurarea finantarii si realizarea investitiilor la termenele stabilite;
- optimizarea costurilor si maximizarea profitului firmei.

Orice afacere trebuie sa aiba un scop si o *directie generala de dezvoltare*, iar apoi trebuie sa aloce si sa *utilizeze eficient* toate resursele necesare realizarii obiectivelor si strategiilor stabilite pe termen lung, mediu si scurt.

Articol realizat de Anda Racsa, Trainer si Consultant, ABC Training Consulting